

## شایستگی‌های کارآفرینانه، نوآوری و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان

بهروز قلیچ‌لی\*، عاطفه مکانی\*\*

### چکیده

عملکرد یک شرکت وابسته به بسیاری از عوامل مانند نوآوری در آن شرکت و وجود مهارت‌های فردی خاص در افراد آن شرکت است. این عوامل با یکدیگر در ارتباط بوده و به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر عملکرد یک شرکت موثر هستند. نظریه‌های بسیاری در زمینه شایستگی کارآفرینانه داده شده است. در واقع شایستگی‌های کارآفرینانه درگیر شدن مدیران در نقش‌ها و مهارت‌هایی شامل: نقش‌های کارآفرینی، مدیریتی و نقش‌های وظیفه‌ای می‌باشد؛ بنابراین، این مقاله به بررسی تأثیر شایستگی کارآفرینانه بر نوآوری و عملکرد می‌پردازد و از لحاظ نوع، یک پژوهش توصیفی-همبستگی و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری شامل کلیه مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در دانشگاه‌های شهید بهشتی و تهران می‌باشند که در مجموع ۹۷ پرسشنامه جمع‌آوری شد و برای بررسی و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار SPSS و PLS استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد که داشتن شایستگی‌های کارآفرینانه در نوآوری و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر معناداری داشته است.

**کلیدواژه‌ها:** شایستگی؛ نوآوری؛ مزیت رقابتی؛ عملکرد کسب‌وکار.

---

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۲/۲۹، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۰۴/۰۵

\* استادیار، دانشگاه شهید بهشتی.

\*\* کارشناس ارشد دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول).

E-mail: atefe\_makani@yahoo.com

## ۱. مقدمه

امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان برای بقا در صحنه رقابت نیازمند نوآوری مداوم در محصولات و فرآیندها هستند تا بتوانند به نشانه‌های تغییر محیطی از جمله: تغییر نیازهای روزافزون مشتری پاسخ‌گو باشند. مراکز مهم علمی همچون سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، شرکت‌های دانش‌بنیان را این‌گونه تعریف کرده‌اند: آن دسته از گروه‌های انسانی تحصیلی کرده در مراکز علمی، پژوهشی و تحقیقاتی که توانسته باشند در این مراکز علاوه بر فراگیری علوم نظری و نظریه‌های علمی، روش‌های تبدیل علوم فراگرفته به فعالیت‌های درآمدزا و تولیدکننده ارزش را به‌همراه داشته باشند. نوآوری به‌عنوان محرک اصلی پیشرفت و موفقیت در این شرکت‌ها شناخته شده است؛ بنابراین، با توجه به لزوم افزایش توان رقابتی شرکت‌ها در بازارهای داخلی و خارجی، ضرورت وجود شایستگی‌های کارآفرینانه احساس می‌شود تا از این طریق انجام سریع‌تر فرآیند نوآوری و بهبود عملکرد امکان‌پذیر باشد و شرکت‌ها قادر باشند به رشد سریع و سودآور دست یافته و توان پاسخ‌گویی و رقابت در بازارهای به سرعت در حال تغییر امروز را داشته باشند. پیچیدگی محیطی، ضرورت پیدایش مدیرانی با قابلیت‌ها و شایستگی‌هایی ویژه را ایجاد می‌کند که مهم‌ترین آنها شایستگی‌های کارآفرینانه است. قابلیت‌های کارآفرینانه شامل کلیه دانش‌ها، مهارت‌ها و شایستگی‌هایی است که افراد را در تشخیص فرصت، راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار کمک می‌کند. بسیاری از کارآفرینان به دلیل داشتن دانش و تجربه پیشین در یک زمینه خاص و مشخص، فرصت‌های جدید کارآفرینانه را تشخیص می‌دهند [۲۰]. بر این اساس و با توجه به این که مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان از مهره‌های اصلی و هسته عمده تصمیم‌گیری‌ها محسوب می‌شوند، توجه به قابلیت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینانه آنها به میزان چشم‌گیری بر موفقیت این شرکت‌ها تأثیرگذار خواهد بود. نوآوری یکی از اصلی‌ترین منابع سودآور و رقابت‌پذیر ساختن شرکت‌ها می‌باشد؛ بنابراین، هدف اصلی این پژوهش، اثبات تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه بر نوآوری و عملکرد است.

## ۲. مبانی و چارچوب نظری پژوهش

**شایستگی کارآفرینانه.** به عقیده صاحب‌نظران، شایستگی‌ها خصوصیات زیربنایی هستند که به عملکرد موثرتر و بالاتر در نقش شغلی مرتبط می‌شوند [۲۴]. شایستگی‌ها به مجموعه‌ای از ویژگی‌های ضمنی مانند دانش عمومی و تخصصی، انگیزه‌ها، خصایص، خویشتن‌پنداری‌ها، نقش‌های اجتماعی، مهارت‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها، باورها، توانایی‌ها، شخصیت، خرد، تخصص (اجتماعی، فنی و

مدیریتی)، طرز فکر و گرایش‌های رفتاری گفته می‌شود که در نتیجه آغاز به کار، ایقا و یا رشد یک فعالیت مخاطره‌آمیز بروز کرده است [۵] و این توانایی را به کارآفرین می‌دهد تا از ایده‌ای در ذهن به خلق ارزش نائل شود و در مدیریت کردن یک فعالیت مخاطره‌آمیز، عملکرد سطح بالا و سود حداکثری ارائه کند [۱۳].

شایستگی‌های کارآفرینانه به سه طبقه شایستگی کارآفرینی، شایستگی مدیریتی و شایستگی وظیفه‌ای تقسیم‌بندی می‌شوند. درگیر شدن در نقش کارآفرینی اجرای فعالیت‌هایی مانند تعیین چشم‌انداز و اهداف کسب‌وکار چالشی و قابل حصول، تدوین راهبردهای لازم برای تحقق اهداف، ارزیابی اثربخشی راهبردها، تحلیل محیطی، تشخیص فرصت‌های با کیفیت بالا و ارائه محصولات یا خدمات عالی می‌باشد. این نقش‌ها مستلزم وجود هشیاری، نوآوری، خلاقیت، تعهد بالا، توانایی ادراک برای جست‌وجو، شناسایی، ارزیابی، درک فرصت‌ها و تبدیل آنها به نتایج سودآور در کارآفرینان می‌باشند [۱۷]. شایستگی‌های کارآفرینانه ارتباط بسیاری با شایستگی‌های مدیریتی دارد [۶]. کارآفرینان در SMEها نقش مدیریتی را به عهده دارند. وظایف مدیریتی فعالیت‌هایی همچون برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و کنترل منابع سازمانی را منعکس می‌کند. این وظایف معطوف به هدف، مربوط به هم و وابسته به هم می‌باشند. در بسیاری از روش‌ها، درگیر شدن در نقش مدیریتی نیاز به مهارت‌های فردی، از جمله: اعتماد به نفس، خودآگاهی، خودانگیزی، ثبات قدم در تصمیم‌گیری، خودمدیریتی و تفکرات مثبت (مثبت‌اندیشی) و مهارت‌های بین‌فردی مانند برقراری ارتباطات و تعاملات با دیگران دارد. به‌عنوان صاحبان کسب‌وکار، کارآفرینان SME در نقش وظیفه‌ای نیز درگیر می‌باشند. به‌عهد گرفتن این نقش مستلزم خبرگی و دارا بودن دانش فنی و روش کار مناسب در حوزه‌های مشخص و توانایی به‌کاربردن ابزارهای مربوط به کسب‌وکار است [۱۷].

**نوآوری.** تغییرات اساسی در قوانین، رقابت جهانی و فن‌آوری، رقابت موفق برای سازمان‌ها را بسیار مشکل کرده است. نوآوری، فرآیند اخذ ایده خلاق و تبدیل آن به محصول، خدمات و روش‌های جدید عملیات است. نوآوری به سرعت در حال تبدیل شدن به یک عامل تعیین‌کننده برای بقا و عملکرد شرکت به‌عنوان نتیجه تکامل تدریجی یک محیط رقابتی است [۲۳]. نوآوری به معنی به‌کارگیری ایده‌های خلاق در یک سازمان می‌باشد [۱۵]. در حقیقت، افزایش اهمیت نوآوری تا حدی به دلیل جهانی‌شدن بازارها است. رقابت خارجی، شرکت‌ها را تحت فشار قرار داده است تا محصولات و خدمات متمایزی تولید کنند و به‌طور مستمر به نوآوری دست یابند [۳]. وارد کردن محصولات جدید در بازار به شرکت‌ها کمک می‌کند تا حاشیه سود خود را حفظ کنند و این در حالی است که

سرمایه‌گذاری در نوآوری فرآیند به شرکت‌ها کمک می‌کند تا هزینه‌های خود را پایین نگه دارند. نوآوری در سطح شرکت شامل خلق محصولات جدید (نوآوری محصولات) و به‌کارگیری فرآیندهای تولیدی جدید (نوآوری فرآیند) می‌باشد [۸]. اهمیت نوآوری محصول برای نتایج خوب درازمدت شرکت اکنون به‌طور وسیعی شناخته شده و گسترش پیدا کرده است [۷]. شرکت‌ها باید به این واقعیت آگاه باشند که این دو شکل نوآوری به یکدیگر وابسته بوده و یک تأخیر زمانی بین چرخه عمر محصول و فرآیند وجود دارد.

**عملکرد.** این اعتقاد وجود دارد که عملکرد تنها در یک فضای تصمیم‌گیری، معنی پیدا می‌کند. یعنی تصمیم‌گیرندگان داخلی و خارجی شرکت باید در مورد عملکرد به توافق برسند. اغلب عملکرد با کارایی و اثربخشی تعریف یا برابر دانسته شده است. چون اثربخشی بیانگر میزان دستیابی به اهداف بوده و کارایی به این موضوع اشاره دارد که منابع از نظر اقتصادی، چگونه برای کسب هدف به‌کار رفته‌اند، می‌توان آنها را دو بعد مهم عملکرد دانست. یعنی هر دو علل داخلی (کارایی) و خارجی (اثربخشی) برای بخش‌های خاص عملکرد، می‌توانند وجود داشته باشند. از این‌رو، سطح به‌دست‌آمده از عملکرد یک کسب‌وکار، تابعی از کارایی و اثربخشی فعالیت‌های صورت‌گرفته است [۱۶]. عملکرد هم به عمل و نتیجه عمل اشاره دارد؛ به عبارت دیگر، عملکرد به‌عنوان عمل امروز که مقدمه تولید مقدار مشخصی از ارزش خروجی فردا می‌باشد، تعریف می‌شود [۲]. در این پژوهش، عملکرد شرکت با ابعاد: عملکرد مالی، عملکرد فرآیند و عملکرد داخلی مدنظر می‌باشد. عملکرد مالی شامل عملکرد بازار می‌باشد که در برگزیده عواملی مثل سوددهی، رشد و رضایت مشتری است. عملکرد فرآیند اشاره به کیفیت و کارایی دارد. عملکرد داخلی مربوط به قابلیت‌های فردی می‌باشد که شامل: کارکنان شایسته، راضی و خلاق و نوآور است [۸].

### توسعه فرضیه‌ها و مدل مفهومی

**شایستگی کارآفرینانه و نوآوری.** یکی از ابعاد شایستگی‌های کارآفرینانه، نوآوری است. نوآوری شامل درک (تشخیص) فرصت که به‌عنوان داشتن بینش خلاق در مورد ترکیب‌کردن دانش و اطلاعات خاص و این‌که آنها چه مفهومی می‌توانند برای مصرف‌کننده (مشتری) داشته باشند، است. از نظر کاسون، نوآور فردی است که خودش را به‌عنوان یک قضاوت‌کننده ممتاز فرصت‌هایی که دیگران آنها را در نظر نمی‌گیرند، می‌شناسد. نوآوری به‌طور مکرر نیاز به توصیف نوآوری در دوره‌های تخصصی دارد و بنابراین نیازمند دانش زیاد است. افرادی که منابع بیشتر دارند (مانند توانایی شناختی،

تحصیلات، آموزش و تجربه عملی) احتمال بیشتر برای نوآوری دارند. داشتن منابع شناختی بیشتر در شناسایی مشکل، فرموله‌بندی و حل مشکل کمک می‌کند [۱۲]. شرکت‌ها برای ارتقای سطح شایستگی‌ها باید به تدوین راهبرد و ارزیابی اثربخشی آنها، تدوین برنامه‌های بهبود عملکرد، تلاش مداوم در حل مسائل، تعهد به اهداف بلندمدت و فردی، ناامید نشدن از شکست و شروع مجدد، تفکر شهودی و سریع، سطح نوآوردن، ارزیابی ریسک‌ها، تحلیل فرصت‌های کسب‌وکار، ساختار و الگوهای کنترل ارتباطات سازمانی موثر، قدرت مذاکره، مدیریت تعارض، خودآگاهی، خودانگیزی، ثبات‌قدم، خودمدیریتی، توانایی به‌کاربردن ابزارهای مربوط به کسب‌وکار و خبرگی در حوزه‌های مربوط به کسب‌وکار توجه داشته باشند و در این راستا قدم بردارند.

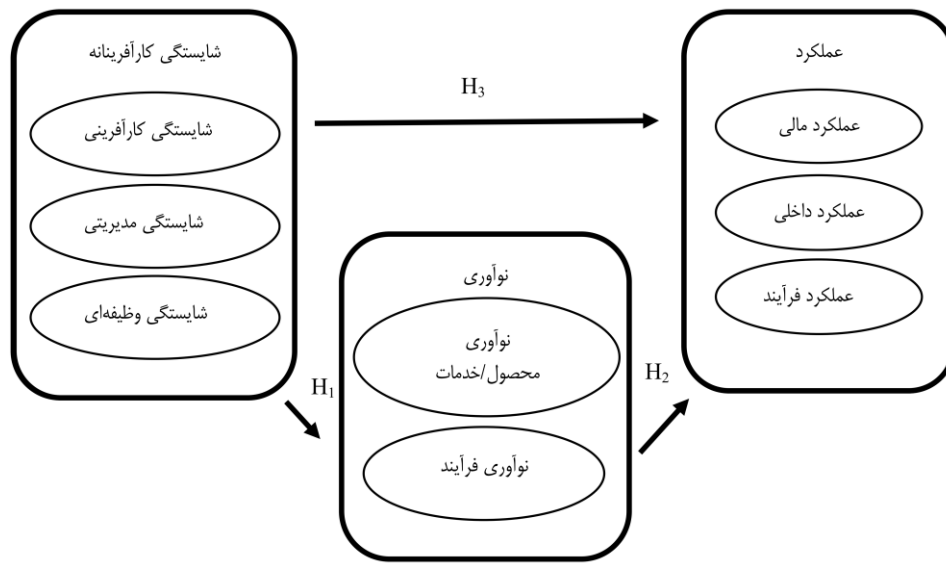
فرضیه اول. شایستگی‌های کارآفرینانه بر نوآوری تاثیر مثبت و معناداری دارد.

**نوآوری و عملکرد.** نوآوری به‌عنوان یک توانمندساز قوی برای سازمان شناخته می‌شود که به ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط با پیچیدگی فزاینده و به سرعت در حال تغییر، منجر می‌شود. شرکت‌های نوآور، با پاسخ‌گویی به نیازهای مشتریان و بهبود قابلیت‌های جدیدی که اجازه می‌دهد به عملکرد برتر یا سودآورتری دست یابند، موفق‌تر خواهند بود [۱۹]. نوآوری در دستیابی به بهره‌وری عملیاتی و افزایش کیفیت خدمات، بسیار مهم و حیاتی است [۱۸]؛ به عبارت دیگر، نوآوری به‌عنوان یک نیروی مهم در جهت توسعه شرکت‌ها و بهبود عملکرد آنها محسوب می‌شود. توان نوآوری مهم‌ترین مشخصه تعیین‌کننده عملکرد است. بر این اساس، پژوهش‌گران به تدریج توجه بیشتری را به تأثیر جنبه‌های نوآوری بر عملکرد شرکت معطوف داشته‌اند [۱۰]، شرکت‌هایی که از اهرم سرعت نوآوری و سرعت پاسخ‌گویی به محیط با راه‌اندازی محصولات جدید، هزینه و زمان کمتر را می‌طلبند که این امر در نهایت به عملکرد بالای شرکت منجر می‌شود. کیفیت نوآوری عامل کلیدی دیگر است که بر عملکرد شرکت موثر است. کیفیت نوآوری مستلزم پذیرش محصولات، فرآیندها و روش‌های جدید در سراسر فعالیت‌های سازمانی است. لازمه این امر، هم‌افزایی بین حوزه‌های چندگانه فعالیت شرکت‌ها است. چنین هم‌افزایی در حوزه‌ای ایجاد می‌شود که غیرقابل تقلید است، تازگی و مشارکت برای رقابتی‌بودن را تشویق می‌کند. سازمان از ایده‌های فزاینده سود می‌برد و R&D نوآورتر به نسبت R&D کمتر نوآور در دستیابی به عملکرد شرکت موثر است [۲۱].

مدیران با اولویت قراردادن تعداد محصولات و خدمات جدید در مقایسه با متوسط صنعت، تعداد فرآیندهای جدید یا بهبودیافته در مقایسه با متوسط صنعت، کارکنان راضی، شایسته، خلاق و نوآور به بهبود عملکرد و نوآوری دست می‌یابند. فرضیه دوم. نوآوری بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد.

**شایستگی کارآفرینانه و عملکرد.** بر اساس پژوهش‌های انجام‌شده، مهارت‌های کارآفرین جهت اقدام به عملکرد مخاطره‌آمیز و پیشرفت به او کمک می‌کند [۱۴، ۵، ۱۱]. بین شایستگی‌های کارآفرینانه و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با دو ساختار حوزه رقابتی و توانایی‌های سازمانی ارتباط وجود دارد. در یک تقسیم‌بندی سه دسته از خصوصیات کارآفرینانه موثر بر عملکرد شرکت‌ها شناسایی شده‌اند، این سه دسته شامل: ویژگی‌های جمعیتی (سن، نژاد و پیشینه خانوادگی)، ویژگی‌های رفتاری و روان‌شناختی (انگیزه، ارزش‌ها، تمایلات انسانی و خصوصیات شخصی مثل نیاز به موفقیت، انگیزه موفقیت، ریسک‌پذیری، پذیرش ابهام، خلاقیت و نوآور و ارزش‌ها) و عوامل نیروی انسانی (سطح تحصیلات، تجربه کاری، تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار، تمرین مهارت‌ها و مدیریت، دانش تخصصی و روابط و شبکه‌های اجتماعی فرد) هستند؛ اما یافته‌ها نشان می‌دهد که ۶ متغیر اصلی فرصت، رابطه، ادراک، سازماندهی، راهبرد و الزام و تعهد که لو و چان شناسایی کرده‌اند، در درازمدت به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر خواهند گذاشت. همچنین، نتایج رابطه مثبتی بین تلاش و قابلیت کارآفرین برای غلبه بر موانع محیطی و موفقیت درازمدت شرکتی که توسط او تأسیس می‌شود را نشان می‌دهد [۲۲]؛ بنابراین، مدیران باید ایجاد این شایستگی‌ها را در شرکت خود در اولویت قرار دهند و از این طریق به عملکرد بهتر و بالاتر دست یابند. همچنین، پیشنهاد می‌شود که شرکت‌های دانش‌بنیان با تمرکز کردن بر مواردی از قبیل: رشد سریع، سوددهی بیشتر، رضایت مشتری بالا، محصولات با کیفیت بالا، استفاده کارا از منابع، فرآیندهای کاری با کیفیت و تحویل سریع سفارشات به عملکرد بهتر شرکت‌ها منجر شوند. فرضیه سوم. شایستگی‌های کارآفرینانه بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد.

**مدل پژوهش.** مدل مقاله حاضر بر اساس مرور مبانی نظری به‌ویژه پژوهش انجام‌شده در کشور مالزی بر کشورهای در حال توسعه [۱۷] و پژوهش انجام‌شده در کشور اسپانیا [۸] انتخاب شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

### ۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی بوده و از حیث جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات و روش بررسی و تحلیل یک پژوهش توصیفی (غیر آزمایشی) می‌باشد که پژوهشگر سعی کرده تا مسئله و پرسش واقعی که در عمل وجود دارد طی فرآیند پژوهش پاسخ دهد. همچنین از آنجاکه این پژوهش به دنبال بررسی همبستگی بین متغیرها می‌باشد؛ از نوع توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری شامل شرکت‌های دانش‌بنیان مستقر در دانشگاه شهید بهشتی و دانشگاه تهران است که برابر با ۱۳۰ شرکت می‌باشد. شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاه شهید بهشتی حدوداً ۳۶ شرکت بودند که در مرکز رشد و فن‌آوری واحدهای کارآفرینی دانشگاه شهید بهشتی مستقر بودند و اکثر قریب به اتفاق تازه تأسیس شده بودند و زمینه فعالیت‌شان هم بسیار متنوع بود. شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاه تهران حدوداً ۹۴ شرکت بودند که در پارک علم و فن‌آوری دانشگاه تهران مستقر بودند و اغلب آنها تازه تأسیس شده بودند و زمینه فعالیت‌شان هم متنوع بود. برای نمونه‌گیری می‌توان از روش‌های متنوعی استفاده کرد که در این پژوهش به دلیل این که تعداد جامعه آماری مشخص است و شانس همه شرکت‌های دانش‌بنیان برای انتخاب شدن با هم یکسان است؛ بنابراین، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد [۴]. همچنین، برای محاسبه تعداد نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. با استفاده از

این فرمول، تعداد نمونه آماری برابر ۹۷ محاسبه شد. در این پژوهش، جهت جمع‌آوری داده‌ها از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. همچنین، ابزار جمع‌آوری داده‌ها استفاده از پرسشنامه می‌باشد. گویه‌های پرسش‌نامه این پژوهش ۲ قسمت است که شامل سوالات عمومی و سوالات تخصصی می‌باشد که در بخش سوالات عمومی سعی شده است که اطلاعات کلی و جمعیت‌شناختی در رابطه با پاسخ‌دهندگان جمع‌آوری شود. این بخش حاوی ۹ سوال می‌باشد. در بخش سوالات تخصصی سعی شده است که سوالات قابل فهم باشد که این بخش شامل ۴۱ سوال است. این پرسشنامه‌ها در بین مدیران و خبرگان این شرکت‌ها توزیع شد و در نهایت، ۷۲ پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. همچنین، در این پرسشنامه از «طیف لیکرت» استفاده شد. پرسشنامه دقیقاً از متون مقالات لاتین (جدول ۱) که مبنای کار بوده‌اند، گرفته شده است و مورد توافق متخصصان این حوزه می‌باشد؛ بنابراین، پرسشنامه پژوهش دارای اعتبار (روایی) است. روش‌های متعددی برای تعیین پایایی وجود دارد که روش ضریب آلفای کرونباخ یکی از آنها است. برای تعیین پایایی پرسشنامه این پژوهش، از نرم‌افزار Spss و روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. آلفای کرونباخ استخراج شده برای متغیر شایستگی کارآفرینانه ۰/۸۹۲، متغیر نوآوری ۰/۸۴۰ و متغیر عملکرد ۰/۸۹۴ می‌باشد؛ به دلیل این که ضریب آلفا بالاتر از ۸۰ درصد (سطح خوب) می‌باشد، گفته می‌شود که پرسشنامه پژوهش حاضر دارای قابلیت اعتماد (پایایی) است.

جدول ۱. متغیرهای پرسشنامه و ابعاد آن به همراه منبع

منبع	متغیر	ابعاد
نور هازلینا احمد و همکارانش سال ۲۰۱۰	شایستگی کارآفرینانه	- شایستگی کارآفرینی: تعیین اهداف و چشم‌انداز قابل حصول، تدوین راهبرد و ارزیابی اثربخشی آنها، تدوین برنامه‌های بهبود عملکرد، تلاش مداوم در حل مسائل، تعهد به اهداف بلندمدت و فردی، ناامید نشدن از شکست و شروع مجدد، تفکر شهودی و سریع، سطح نوآور بودن، ارزیابی ریسک‌ها، تحلیل فرصت‌های کسب‌وکار
لوپز و آنجل کردان سال ۲۰۱۱	نوآوری	- تعداد فرآیندهای جدید یا بهبودیافته در مقایسه با متوسط صنعت - تعداد محصولات و خدمات جدید در مقایسه با متوسط صنعت
لوپز و آنجل کردان سال ۲۰۱۱	عملکرد	- مالی: رشد سریع، سوددهی بیشتر، رضایت مشتری بالا - فرآیند: محصولات با کیفیت بالا، استفاده کارا از منابع، فرآیندهای کاری با کیفیت، تحویل سریع سفارشات - داخلی: کارکنان راضی، کارکنان شایسته، کارکنان خلاق و نوآور



#### ۴. تحلیل یافته‌ها

تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی. در این بخش توزیع فراوانی مدیران شرکت‌ها بر حسب ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲. جدول توزیع فراوانی مدیران بر حسب جنسیت، سن و سابقه کاری

متغیر جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
جنسیت		
مرد	۵۵	۷۶/۴
زن	۱۷	۲۳/۶
سن		
۲۰-۲۹ سال	۳۵	۴۸/۶
۳۰-۳۹ سال	۲۰	۲۷/۸
۴۰-۴۹ سال	۸	۱۱/۱
۵۰ سال و بالاتر	۹	۱۲/۵
سابقه کاری		
۱-۵ سال	۳۶	۵۰
۶-۱۰ سال	۱۵	۲۰/۹
۱۱-۲۰ سال	۱۳	۱۸
۲۱ سال و بالاتر	۸	۱۱/۱

بررسی شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش. در این بخش مقادیر میانگین و انحراف معیار سوالات و متغیرهای پژوهش بررسی شده که نتایج در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. مقادیر میانگین و انحراف معیار سوالات و متغیرهای پژوهش

سوال	میانگین	انحراف معیار	متغیر	میانگین	انحراف معیار
۱. تعیین اهداف و چشم‌انداز چالشی	۱/۹۸	۰/۸۳	شایستگی کارآفرینانه	۵۸/۶۷	۱۱/۳۷
۲. تدوین راهبردهای لازم برای تحقق اهداف	۲/۰۴	۰/۷۰			
۳. ارزیابی اثربخشی راهبردها	۲/۴۳	۰/۸۵			
۴. تدوین برنامه‌های بهبود عملکرد	۲/۳۴	۰/۷۵			
۵. تلاش مداوم و بی‌وقفه	۱/۷۳	۰/۷۶			
۶. تعهد به اهداف بلندمدت	۱/۹۴	۰/۸۰			
۷. تعهد به اهداف فردی	۱/۹۸	۰/۸۱			

			۱/۱۵	۲/۰۴	۸. ناامید نشدن از شکست و شروع مجدد
			-/۹۱	۲/۳۷	۹. تفکر شهودی و سریع
			-/۶۶	۱/۷۵	۱۰. نوآور بودن
			-/۸۹	۲/۲۳	۱۱. ارزیابی ریسک‌ها
			-/۸۵	۲/۱۲	۱۲. تشخیص، ارزیابی و تحلیل فرصت‌های کسب و کار
			-/۷۶	۲/۱۱	۱۳. برنامه‌ریزی
			-/۸۰	۲/۲۶	۱۴. سازماندهی
			-/۶۶	۲/۰۵	۱۵. رهبری و قدرت نفوذ
			-/۸۷	۳/۱۶	۱۶. تفویض اختیار
			-/۸۶	۲/۶۳	۱۷. کنترل
			-/۸۶	۱/۸۱	۱۸. داشتن روابط خوب با دیگران
			-/۸۱	۲/۱۹	۱۹. ارتباطات سازمانی موثر
			-/۷۵	۱/۹۸	۲۰. مذاکره
			-/۷۶	۲/۲۶	۲۱. مدیریت تعارض موثر
			-/۶۳	۱/۸۱	۲۲. اعتماد به نفس
			-/۸۰	۲/۰۲	۲۳. خودآگاهی
			-/۶۴	۲/۰۲	۲۴. خودانگیزی
			-/۸۲	۲/۲۰	۲۵. ثبات قدم
			-/۶۷	۲/۰۰	۲۶. خود مدیریتی
			-/۷۱	۱/۸۷	۲۷. تفکرات مثبت
			-/۸۳	۲/۱۵	۲۸. به کار بردن ابزارهای مربوط به کسب و کار
			-/۹۶	۱/۹۷	۲۹. خیرگی در حوزه‌های مربوط به کسب و کار
			-/۹۶	۲/۴۱	۳۰. بالاتر بودن محصولات در مقایسه با رقبا
			-/۹۰	۲/۴۴	۳۱. بالاتر بودن فرآیندها در مقایسه با رقبا
۱/۳۲	۳/۶۳	نوآوری	-/۹۵	۲/۰۱	۳۲. سریعاً در حال رشد بودن
			-/۹۶	۲/۷۵	۳۳. سوددهی بیشتر داشتن
۶/۱۹	۲۰/۱۱	عملکرد	-/۸۳	۱/۹۷	۳۴. جلب بیشتر رضایت مشتری
			-/۹۲	۲/۰۴	۳۵. تولید محصولات با کیفیت بالاتر
			-/۸۹	۲/۲۹	۳۶. استفاده کارآتر از منابع
			-/۹۶	۲/۳۱	۳۷. فرآیندهای کاری با کیفیت بالاتر
			۱/۱۳	۲/۲۰	۳۸. تحویل سریع‌تر سفارشات
			-/۸۳	۲/۳۳	۳۹. داشتن کارکنان راضی‌تر
			-/۸۷	۲/۰۰	۴۰. داشتن کارکنان شایسته‌تر
			-/۷۸	۱/۸۰	۴۱. داشتن کارکنان خلاق و نوآورتر

بر اساس جدول ۳، شرکت‌های مورد مطالعه، در مورد متغیرهای شایستگی کارآفرینانه، نوآوری و عملکرد نمره بیشتر از ۳ (حد متوسط) کسب کرده‌اند که بیانگر آن است که وضعیت شرکت‌ها از لحاظ متغیرهای مورد بررسی در سطح کاملاً خوب و مناسبی هستند.

جهت بررسی و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از روش تحلیل مسیر استفاده شده است. تحلیل مسیر در این پژوهش توسط نرم‌افزار مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شده است. بدین منظور، با استفاده از نرم‌افزار PLS، مدل نهایی پژوهش، مورد آزمون قرار می‌گیرد و با استفاده از آن تحلیلی بر کلیه فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌شود. به منظور بررسی همبستگی بین متغیرهای شایستگی کارآفرینانه، نوآوری و عملکرد از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، ارتباط مثبت معناداری بین شایستگی کارآفرینانه و نوآوری ( $r=0/431$  p <  $0/01$ )، شایستگی کارآفرینانه و عملکرد ( $r=0/630$  p <  $0/01$ )، نوآوری و عملکرد ( $r=0/727$  p <  $0/01$ ) وجود دارد.

جدول ۴. ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای شایستگی کارآفرینانه، نوآوری و عملکرد

متغیر	شایستگی کارآفرینانه	نوآوری	عملکرد
شایستگی کارآفرینانه	۱		
نوآوری	$-0/431^{***}$	۱	
عملکرد	$-0/630^{***}$	$0/727^{***}$	۱

فرضیه اول: شایستگی‌های کارآفرینانه در نوآوری تاثیر مثبت و معناداری دارد. مقدار معناداری بین شایستگی‌های کارآفرینانه و نوآوری، برابر با  $4/697$  و بالاتر از شاخص معناداری  $1/96$  است. همچنین، ضریب مسیر استاندارد گرایش کارآفرینانه و عملکرد، معادل  $0/431$  که بالاتر از شاخص ایده‌آل مطرح شده مطابق با نظر چاین معادل  $0/30$  می‌باشد [۹]. در نتیجه، شایستگی‌های کارآفرینانه بر نوآوری تاثیر مثبت و معناداری دارد.

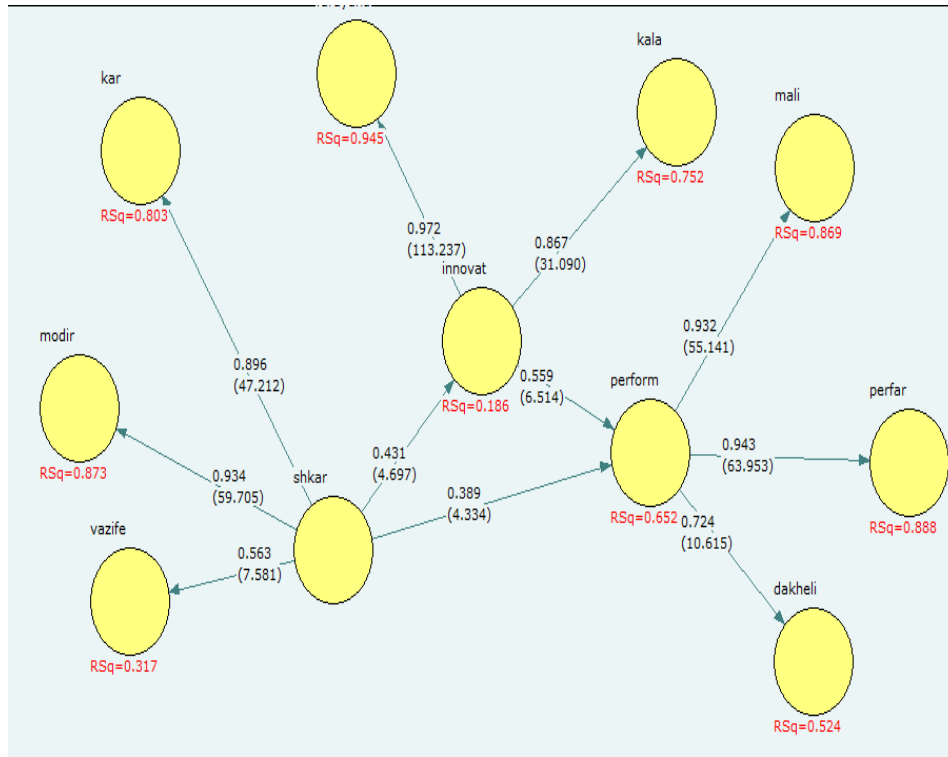
فرضیه دوم: نوآوری بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد. مقدار معناداری بین نوآوری و عملکرد شرکت، برابر با  $6/514$  و بالاتر از شاخص معناداری  $1/96$  است. همچنین، ضریب مسیر استاندارد گرایش کارآفرینانه و عملکرد، معادل  $0/559$  بالاتر از  $0/30$  می‌باشد. در نتیجه، نوآوری بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه سوم: شایستگی‌های کارآفرینانه بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد. مقدار معناداری بین شایستگی‌های کارآفرینانه و عملکرد شرکت، برابر با  $4/334$  و بالاتر از شاخص معناداری  $1/96$  است. همچنین، ضریب مسیر استاندارد گرایش کارآفرینانه و عملکرد، معادل  $0/389$  بالاتر از  $0/30$  می‌باشد. در نتیجه، شایستگی‌های کارآفرینانه بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه چهارم: شایستگی‌های کارآفرینانه از طریق نوآوری بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد. همان‌طور که در جدول ۵ نشان داده شده است در بررسی رابطه بین شایستگی‌های کارآفرینانه و عملکرد از طریق متغیر میانجی نوآوری مقدار T معنادار و بالاتر از  $1/96$  است. همچنین، در بررسی این رابطه مقدار  $(\beta)$ ، برابر حاصل ضرب  $0/431$  در  $0/559$  معادل،  $0/240$  بالاتر از  $0/2$  می‌باشد. در نتیجه، شایستگی‌های کارآفرینانه از طریق نوآوری بر عملکرد شرکت تاثیر مثبت و معناداری دارد.

جدول ۵. ضرایب مسیر و معناداری آنها و بررسی فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌ها	رابطه مورد بررسی	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه
فرضیه ۱	شایستگی کارآفرینانه ← نوآوری	$0/431$	$4/697$	تایید
فرضیه ۲	نوآوری ← عملکرد	$0/559$	$6/514$	تایید
فرضیه ۳	شایستگی کارآفرینانه ← عملکرد	$0/389$	$4/334$	تایید
فرضیه ۴	شایستگی کارآفرینانه ← نوآوری ← عملکرد	$0/240$	معنادار	تایید



شکل ۲. مقادیر معناداری و ضرایب استاندارد مدل پژوهش

برازندگی مدل. به منظور تعیین برآزش مدل (میزان تناسب مدل مفهومی و داده‌های پژوهش)، از فرمول بین‌المللی نیکویی برآزش مدل استفاده می‌شود:

$$GoF = \sqrt{\overline{\text{communality}} \times \overline{R^2}}$$

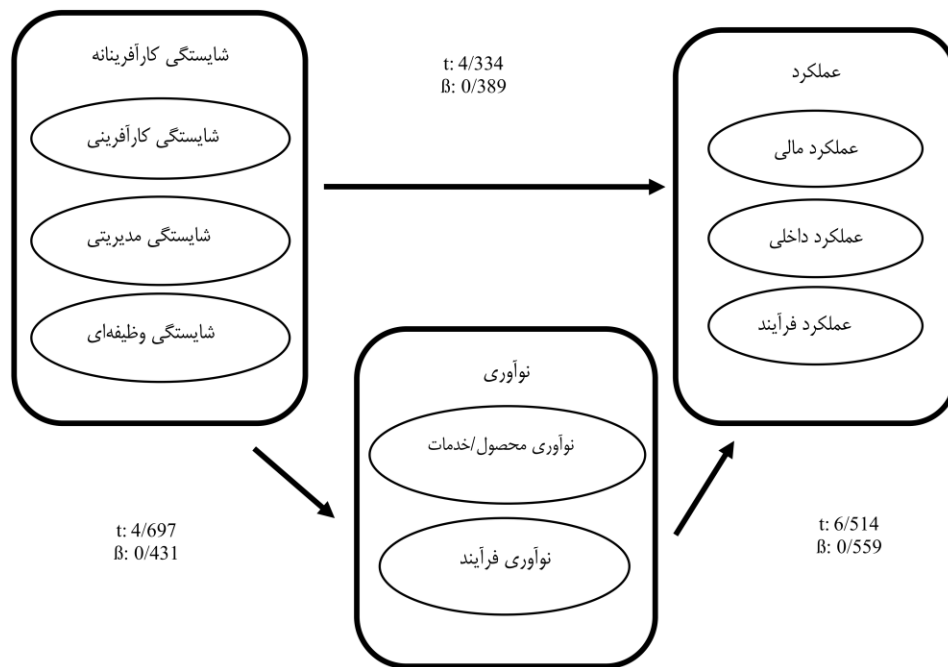
در این فرمول:

$$\overline{\text{communality}} = \frac{1}{p} \sum_{j=1}^J p_j \text{communality}_j$$

$p$ ، برابر با مجموع تعداد مقادیر گمشده در هر سازه است.

$$GOF = \sqrt{.6122 \times .5546} = .5826$$

مقدار GOF، در این مدل برابر با ۰/۵۸۲۶ است، که بسیار بالاتر از حد آستانه پیشنهاد شده از سوی فورنل و لارکر برابر با ۰/۳۶ است. بنابراین، مدل دارای برازش بالایی است.



شکل ۳. شکل نهایی مدل

## ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

بر اساس پژوهش توماس (۲۰۰۱)، مبنی بر توصیف نقش شایستگی‌های کارآفرینانه بر عملکرد بهتر SME ها در هنگ‌کنگ، ۶ متغیر اصلی فرصت، رابطه، ادراک، سازماندهی، راهبرد و الزام و تعهد که شناسایی شده‌اند، در درازمدت به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر خواهند گذاشت. همچنین، نتایج رابطه مثبتی بین تلاش و قابلیت کارآفرین برای غلبه بر موانع محیطی و موفقیت درازمدت شرکتی که توسط او تأسیس می‌شود را نشان می‌دهد [۲۲] که این نتایج با پژوهش حاضر همخوانی دارد. نتایج پژوهش «تاج‌الدین» نشان می‌دهد که رابطه معناداری

بین شایستگی‌های کارآفرینانه و ایجاد شرکت‌های زایشی وجود دارد، که با نتایج پژوهش حاضر همسو می‌باشد [۱]. نتایج این پژوهش، نتایج نور هازلینا و همکارانش (۲۰۱۰) را مبنی بر این‌که ارتباط مستقیمی بین شایستگی‌های کارآفرینانه و موفقیت SME ها در کشورهای در حال توسعه وجود دارد، تأیید می‌کند [۱۷]. سازمان‌ها در محیط پیچیده و متغیر امروزی به منظور ایجاد ارزش و مزیت رقابتی پایدار به نوآوری به‌عنوان عامل مهم و حیاتی نیاز دارند. نوآوری شرکت را قادر می‌سازد محصولات ارزشمند، کمیاب، غیرقابل تقلید و متفاوت از دیگران عرضه کند. در نتیجه، منجر به سطح بالاتری از عملکرد برای شرکت می‌شود. سازمان‌ها با نوآوری بیشتر، در پاسخ به محیط‌های متغیر و ایجاد و توسعه قابلیت‌های جدیدی که به آنها اجازه دهد به عملکرد بهتری برسند، موفق‌تر خواهند بود که دسته مهمی از آنها، شایستگی‌های کارآفرینانه هستند. بنابراین، توجه به قابلیت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران و همچنین، تقویت و ارتقای این شایستگی‌ها، به میزان چشمگیری بر موفقیت شرکت‌ها تأثیرگذار خواهد بود. بر همین اساس، باید از چارچوب تدوین‌شده در این پژوهش، در ارزیابی و شناخت شایستگی‌های مدیران در راستای ایجاد بستر مناسب شایسته‌سالاری کارآفرینانه در شرکت‌های دانش‌بنیان استفاده شود.

به مدیران کسب‌وکارها در این زمینه پیشنهاد می‌شود این اقدامات را برای دستیابی به نوآوری انجام دهند: تعیین اهداف و چشم‌انداز کسب‌وکار چالشی، تدوین برنامه‌های بهبود عملکرد، تلاش مداوم و بی‌وقفه، تعهد به اهداف بلندمدت، تعهد به اهداف فردی، نامیدن شدن از شکست و شروع مجدد، عدم ترس از شکست، تفکر شهودی و سریع، هدایت کارکنان به نوآر بودن، ارزیابی ریسک‌ها، برنامه‌ریزی، تفویض اختیار، داشتن روابط خوب با دیگران در داخل و خارج از شرکت، اعتماد به کارکنان و پیشنهادهای آنها، مذاکره، مدیریت تعارض موثر، اعتماد به نفس، خودآگاهی، خودانگیزی، انگیزه کارآفرینانه، ثبات قدم در تصمیم‌گیری، خودمدیریتی، تفکرات مثبت، ارزیابی ریسک، وجود نوآوری، خلاقیت، توانایی ادراک برای جست‌وجو، شناسایی، ارزیابی، درک فرصت‌ها و تبدیل آنها به نتایج سودآور، حمایت از طرح‌های نوآور و خلاق. نوآوری به‌عنوان یک توانمندساز قوی برای سازمان شناخته می‌شود که به ایجاد ارزش و حفظ مزیت رقابتی در محیط با پیچیدگی فزاینده و به سرعت در حال تغییر، منجر می‌شود. شرکت‌های نوآور، با پاسخ‌گویی به نیازهای مشتریان و بهبود قابلیت‌های جدیدی که اجازه می‌دهد به عملکرد برتر یا سودآورتری دست یابند، موفق‌تر خواهند بود [۱۹]. نوآوری در دستیابی به بهره‌وری عملیاتی و افزایش کیفیت خدمات، بسیار مهم و حیاتی است [۱۸]؛ به عبارت دیگر، نوآوری به‌عنوان یک نیروی مهم در جهت توسعه شرکت‌ها و بهبود عملکردشان محسوب

می‌شود. توان نوآوری مهم‌ترین مشخصه تعیین‌کننده عملکرد است. بر این اساس، پژوهشگران به تدریج توجه بیشتری را به تأثیر جنبه‌های نوآوری بر عملکرد شرکت معطوف داشته‌اند [۱۰].

به مدیران توصیه می‌شود موارد زیر را مورد توجه قرار دهند: بین شایستگی‌های کارآفرینانه و عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط با دو ساختار حوزه رقابتی و توانایی‌های سازمانی ارتباط وجود دارد. در یک تقسیم‌بندی سه دسته از خصوصیات کارآفرینانه موثر بر عملکرد شرکت‌ها شناسایی شده‌اند، این سه دسته شامل ویژگی‌های جمعیتی (سن، نژاد و پیشینه خانوادگی)، ویژگی‌های رفتاری و روان‌شناختی (انگیزه، ارزش‌ها، تمایلات انسانی و خصوصیات شخصی مثل نیاز به موفقیت، انگیزه موفقیت، ریسک‌پذیری، پذیرش ابهام، خلاقیت و نوآوری و ارزش‌ها) و عوامل نیروی انسانی (سطح تحصیلات، تجربه کاری، تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار، تمرین مهارت‌ها و مدیریت، دانش تخصصی و روابط و شبکه‌های اجتماعی فرد) هستند [۲۲]؛ بنابراین، مدیران باید ایجاد این شایستگی‌ها را در شرکت خود در اولویت قرار دهند و از این طریق به عملکرد بهتر و بالاتر دست یابند.

بر اساس یافته‌ها، ۶ متغیر اصلی فرصت، رابطه، ادراک، سازماندهی، راهبرد و الزام و تعهد که لو و چان شناسایی کرده‌اند، در درازمدت به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر خواهند گذاشت. همچنین، نتایج رابطه مثبتی بین تلاش و قابلیت کارآفرین برای غلبه بر موانع محیطی و موفقیت درازمدت شرکتی که توسط او تأسیس می‌شود را نشان می‌دهد [۲۲]. همان‌طور که شایستگی‌های کارآفرینانه بر نوآوری شرکت تأثیر قابل توجهی داشته است، نوآوری نیز به نوبه خود بر عملکرد شرکت تأثیر مثبت و معناداری دارد.

### پیشنهادها

۱. این پژوهش می‌تواند علاوه بر شرکت‌های دانش‌بنیان در دیگر صنایع کوچک و متوسط نیز بررسی شود.
۲. با توجه به این که این پژوهش از طریق ابزار پرسشنامه مورد سنجش قرار گرفت، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی در کنار ابزار پرسشنامه از مصاحبه نیز استفاده شود.
۳. پیشنهاد می‌شود سایر پژوهشگران، تحقیقی را با در نظر گرفتن این که شایستگی کارآفرینانه متغیر مستقل و نوآوری به‌عنوان متغیر میانجی باشد و تأثیر آن بر مزیت رقابتی شرکت‌ها بررسی شود، دنبال کنند.



## منابع

۱. تاج‌الدین، مسعود (۱۳۹۱). تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه بر ایجاد شرکت‌های زایشی در ایران و دانمارک بر اساس داده‌های GEM. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه تهران، ایران.
۲. تیموری، ابراهیم، و علی اکبری، محمدحسن. (۱۳۸۸). *اندازه‌گیری عملکرد کسب و کار*. انتشارات دانشگاه علم و صنعت ایران.
۳. جاویدی صباغیان (۱۳۹۱). بررسی ارتباط بین تسهیم دانش، نوآوری و مزیت رقابتی. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه شهید بهشتی، ایران.
۴. سرمد، زهره، بازرگان، عباس، و حجازی، الهه. (۱۳۹۰). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: انتشارات آگاه.
5. Bird, B. (1995). *To wards a theory of Entrepreneurial Competency Advances in Entrepreneurship. Firm Emergence and Growth*.
6. Boyatzis, R.E. (2008). Competencies in the 21<sup>st</sup> Century. *Journal of Management Development, (1)*, 27.
7. Capon, N., Farley, J.U., Lehman, D.R. & Hulbert, J.M. (1992). Profiles of product innovators among large US manufacturers. *Management Science, (2)*, 38.
8. Lopez-Nicilas, C. & Merono- Cerdan, A. (2011). Strategic Knowledge management , innovation and performance. *International Journal of Information Management*.
9. Chin, W.W. (1998). *The partial least squares approach to structural equation modeling*. In G.A.Marcoulides(Ed). *Modern methods for business research Mahwah, NJ: Lawrence Eellbaum Associate, Inc*.
10. Clifton, N., Keast, R., Pickernell, D., & Senior, M. (2010). *Network structure, knowledge governance, and firm performance. Evidance from innovation networks and SMEs in the UK. Growth and Change*.
11. Cooper, A.C., Gimeno-Gascon, F.J. & Woo, C. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of Business Venturing, (9)*.4.
12. Hayton, J. & Kelley , D . J. (2006). A competency – Based framework for Promoting Corporate Entrepreneurship. *Human Resource Management*.
13. Inyang, B.J. & Enuoh, R.O. (2009). Entrepreneurial Competencies:The Missing Links to Successful Entrepreneurship in Nigeria. *International Business Research. (2)*,2.
14. Lerner, M. & Almor, T. (2002). Relationships among strategic capabilities and the performance of women-owned small ventures. *Journal of Small Business Management. (40)*, 2.
15. Myers, S. & Marquis, D.G. (1969). *Successful Industrial Innovations. National Science Foundation Washington. Cyert, R.M., March J.G., 1963. A Behavioural Theory of the Firm. Prentice-Hall, Englewood Clifts, NJ*.
16. Neely, A.D., Gregory, M. & Platts, K. (1995). Performance measurement system design: a literature review and research agenda. *International Journal of Operations & Production Management. (15)*, 4.

17. Noor Hazlina, A., Hasliza Abdul, H. & Siti Rohaida, M.Z. (2010). Is entrepreneurial competency the silver bullet for SME success in a developing nation? *School of Management, University Sains Malaysia*.
18. Parasuraman, A. (2010). Service productivity, quality and innovation: Implication for service-design and research. *International Journal of Quality and Service Science*.
19. Sadikoglu, E., & Zehir, C. (2010). Investigating the effects of innovation and employee performance on the relationship between total quality management practices and firm performance: An empirical study of Turkish firms. *International Journal of Production Economics*.
20. Shane, s. (1999). *Technological opportunities and New Firm Creation. Management Science*.
21. Singh, J. (2008). *Distributed R&D, cross- regional knowledge integration and quality of innovative output. Research Policy*,
22. Thomas, W.Y. (2001). *Entrepreneurial Competencies and the Performance of Small and Medium Enterprises in the Hong Kong Services Sector*.
23. Wheelwright, S.C. & Clark, K.B. (1992). Revolutionizing Product Development- Quantum Leaps in Speed, Efficiency, and Quality. *The Free Press, New York*.
24. Wing Yan Man, T., & Theresa, L. (2008). Home – Grown and Abroad – Bred Entrepreneurs in China: A study of the Influence of External Context on E Entrepreneurial Competencies. *Journal of Enterprising Cultural*.